

Detenernos. Reflexionar. Verificar. Guía para facilitar eventos

Esta guía de facilitación te ayudará a liderar una conversación comunitaria sobre la alfabetización mediática utilizando los [tres vídeos cortos "Detenernos. Reflexionar. Verificar"](#). Los vídeos están diseñados para iniciar debates y desarrollar destrezas relativas a la alfabetización mediática.

Actividad inicial: Pide a tu público que se agrupe en parejas. Pide a cada participante que escriba tres enunciados sobre sí mismo. Uno de los enunciados debe ser falso. Después, pide a cada participante que comparta sus enunciados con su pareja, desafiándola a adivinar cuál enunciado es incorrecto. Esta es una buena actividad para conocerse unos a otros y ver de primera mano lo fácil que es crear y difundir información errónea.

DETENERNOS y REFLEXIONAR

- 1) En grupo, observen los dos primeros vídeos titulados "Detenernos" y "Reflexionar".
- 2) En grupo, utilicen las preguntas para discusión que aparecen a continuación para asegurarse de que su público entienda los puntos principales de los vídeos.

Preguntas para discusión:

- ¿Hay un hecho sobre ti que puedas compartir? ¿Qué opinión tienes sobre algo (por ejemplo, tu comida, deporte o libro favorito)?
- ¿Cómo podrías determinar la diferencia entre hechos y opiniones al leer información?
- Cuando compartes artículos en línea, ¿cómo diferencias entre los diferentes tipos de información?
- ¿Qué hace que un artículo sea interesante para compartirlo?

Lo que tu público debe entender después de ver los vídeos y antes de pasar a las actividades:

- **Detenernos** antes de compartir. **Reflexionar** sobre lo que ves o lees. La alfabetización mediática es pensar de manera analítica respecto a la información que utilizas y compartes.
- Conocer el entorno mediático requiere que preguntes no solo de quién proviene esa noticia, sino también por qué y cómo se te está comunicando.

- Un **hecho** es un dato verificable, sin importar cómo se mire. (Ejemplo: la estatura o la talla de calzado).
- Una **opinión** es un punto de vista subjetivo que no siempre es válido para todos en todas partes. (Ejemplo: Quién es el mejor atleta).
- Antes de compartir información, pregúntate si se representan múltiples voces y puntos de vista. ¿Tienen credibilidad esas voces? ¿Cuál es la evidencia y es esta verificable en otros canales o sitios web?



3) Actividad de grupo: “Ingeniar un ‘ciberanzuelo’”

Divide a tu público en grupos pequeños. Esta actividad rápida proporcionará una entretenida introducción a preguntas sobre la manera como respondemos y consumimos información de los medios de comunicación y la forma en que estos hábitos se conectan con los asuntos de las noticias "falsas" e incorrectas.

Paso 1:

Indica a cada grupo que van a hacer un juego rápido que muestre lo fácil que puede ser crear “titulares ciberanzuelos” (titulares escritos para hacer que alguien los lea o haga "clic" en el enlace de un artículo), especialmente cuando no se consideran los hechos. Pide que grupos pequeños trabajen juntos para crear palabras llamativas que encajen en cada una de las siguientes categorías.

Titular número 1

A.	Animal (plural)	
B.	País	
C.	Sustantivo (plural)	

Titular número 2

A.	Alimento	
B.	Nacionalidad	
C.	Tipo de lugar vacacional	

Titular número 3

A.	Persona famosa	
B.	Animal	
C.	Nombre	

Paso 2:

Pide a los grupos que usen las palabras que escogieron en la hoja de trabajo del paso 1 para llenar los titulares que aparecen a continuación.

Titular número 1:

(A)_____ gigantes siguen atacando a la gente en (B)_____ — y
(C)_____ podrían ser los culpables.

Titular número 2:

Máquinas expendedoras de (A)_____ instaladas en un centro turístico de
(C)_____ (B)_____.

Titular número 3:

El homenaje al (B)_____ (C)_____ muerto/a de
(A)_____ te conmoverá.

Paso 3:

Pide que cada grupo lea en voz alta el titular número 1, espera a que los demás terminen de reírse y entonces lee el titular real. Repite esto con cada uno de los otros dos titulares.

Titulares reales:

1. Los pitones gigantes siguen atacando a la gente en Indonesia - y los humanos podrían tener la culpa ([The Washington Post](http://wapo.st/2zQiAAW), <http://wapo.st/2zQiAAW>, en inglés)
2. Máquinas expendedoras de ostras instaladas en un centro turístico costero francés ([NBC News](http://nbcnews.to/2zPCV9F), <http://nbcnews.to/2zPCV9F>, en inglés)
3. El homenaje al perro muerto George de Ryan Gosling te conmoverá ([Entertainment Weekly](http://bit.ly/2xIUktJ), <http://bit.ly/2xIUktJ>, en inglés)

VERIFICAR

1) En un grupo grande, observen el tercer vídeo titulado "Verificar".

2) En grupo, utilicen las preguntas para discusión que aparecen a continuación para asegurarse de que su público entienda los puntos principales del vídeo.

Preguntas para discusión:

- ¿Puedes recordar un dato que se haya compartido contigo a través de las redes sociales que hayas descubierto que era falso? ¿Lo compartiste?
- ¿Qué aspectos de la información podrían haberte alertado del hecho de que era falso? ¿Era de alguien en quien tienes confianza? ¿Le hiciste saber que era falso? ¿Qué harás la próxima vez antes de compartirlo?
- ¿Cómo consideras que la información falsa puede afectar a una marca personal o a la reputación de una empresa? Si se compartiera información falsa sobre tu persona o tu negocio, ¿qué harías para asegurarte de que se conozca la verdad y para que se mantenga tu credibilidad?

Lo que tu público debe entender después de ver los vídeos y antes de pasar a las actividades:

- **Verificar** que la información sea correcta antes de compartirla.
- Hay varias cosas que debes considerar para asegurarte de no difundir información falsa y engañosa:
 - No te dejes engañar por los **titulares llamativos o impactantes**. Lee la historia que lo acompaña.
 - Verifica que la historia incluya el **nombre del autor**, la **fecha** y la **organización**.
 - Usa un **recurso de verificación de hechos**, como un recurso en línea o recurre a un especialista en información en una biblioteca.
 - Los **errores ortográficos** y **gramaticales** suelen ser una señal de que algo no proviene de una fuente profesional.



3) Actividad de grupo: "Poner a trabajar las preguntas del consumidor"

1) Pide a cada grupo pequeño que encuentre una fuente de información sobre un tema que les interese. Puede ser un sitio web, un artículo (en línea o impreso), un libro, un vídeoclip, una foto, etc. Pide que los grupos trabajen en conjunto para responder las siguientes preguntas sobre la fuente de información.

2) Después de que cada grupo haya completado la actividad, reúnanse de nuevo en un grupo más grande y pidan que cada grupo pequeño presente lo que concluyó.

Titular/título: _____

Tipo de medio (libro, sitio web, etc.): _____

¿Cómo encontraron esta información? _____

ANÁLISIS

¿Quién elaboró esta pieza informativa?

¿Cómo se obtuvo la información/datos? _____

¿Por qué se elaboró esta pieza informativa? _____

¿Cuándo se elaboró esta pieza informativa? _____

¿Qué falta en esta pieza informativa? _____

¿Dónde seguirá circulando a partir de aquí?

Después de responder las preguntas del consumidor respecto a la fuente, ¿crees que es confiable?

¿Por qué o por qué no?

Conclusión: Divide al público en las mismas parejas que formaron en la actividad inicial. Pide a cada participante que destaque tres cosas que haya aprendido durante este evento. Después, pide a cada pareja que hable sobre una forma en la que piensan compartir esta información con sus comunidades.